



Klantgericht verkopen




Programma dag 1

- Verkopen = bergbeklimmen
- Kennismaken met een bestaande klant
- Waarom blijven klanten weg?
- Voorbereiding op een klantgericht verkoopgesprek
- De telefonische afspraak



Onbewust-onbekwaam

Bekwamingsproces		
Onbewust	-	Onbekwaam
Bewust	-	Onbekwaam
Bewust	-	Bekwaam
Onbewust	-	Bekwaam
Routine		
Onbewust	-	Onbekwaam



De verkoopberg




VOPAN

- Voorbereiding
- Opening:
 - Opening
 - Behoeftbepaling
- Presentatie:
 - Presentatie
- Afsluiten:
 - Afsluiten
 - Bezwaren overwinnen
 - Afsluiten
- Nazorg (klanten behouden en uitbouwen)



Waarom blijven klanten weg?

92 %	Krijgt te weinig aandacht
86 %	Ontdekt geen initiatief
83 %	Vindt dat niet wordt meegedacht
81 %	Vindt dat afspraken niet worden nagekomen
78 %	Ervaart fouten, die niet worden hersteld
75 %	Ervaart onvoldoende deskundigheid
69 %	Heeft het gevoel, niet voor vol te worden aangezien
59 %	Denkt niet eerlijk te worden behandeld
17 %	Prijs



Geef de klant een AAAI

- Aandacht
- Afspraken nakomen
- Accuratesse
- Initiatief en meedenken



7

De telefonische afspraak

De 6 stappen:

- 1 Begroeten/voorstellen
- 2 Kapstok
- 3 Voordeel suggereren
- 4 Voorstel afspraak (keuzetechniek)
- 5 Samenvatten
- 6 Positief afscheid



8

Omgaan met bezwaren aan de telefoon

- 1 Herhalen in eigen woorden
- 2 Begrip tonen/meeveren
- 3 Weerleggen van het bezwaar
- 4 Opnieuw voorstel voor afspraak



9


Programma dag 2

- Communicatie en gedrag
- Herkennen van gedrag van klanten
- Hoe op het gedrag van klanten in te spelen?
- Hoe komt u over op anderen?
- De binnenkomst
- Kernachtig uw bedrijf/uzelf presenteren
- De opening van het verkoopgesprek



10

DAS-cirkel



11

Dominant

Eigenschappen

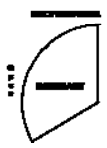

- Geldingsdrang
- Statusgevoelig
- Besluitvaardig
- Willen winnen
- Erg open
- Overdrijven
- Betuttelen sociale mensen

Uw normale reactie

- Verzetten, stroopsmeren, dichtklappen

Uw juiste reactie

- Luisteren, complimenteren
- Licht domineren

12

Afstandelijk

Eigenschappen

Gereserveerd
Gesloten
Voorbereid
Kritisch
Behoeft aan logica en efficiency
Willen niet onder druk worden gezet

Uw normale reactie

Veel praten, spuien van kennis

Uw juiste reactie

Oprecht, zakelijk zijn, luisteren
Logisch, feitelijk, onpersoonlijk blijven



13

Sociaal

Eigenschappen

Openhartig
Onzeker
Spontaan
Behoeft aan acceptatie
Willen situatie leuk houden

Uw normale reactie

Succes voelen, betuttelen

Uw juiste reactie

Initiatief houden, blijven geruststellen, meeveren
Vriendelijk domineren



14

1-minuut-presentatie

De honken:

- Organisatie
- Producten/diensten
- Voordelen
- Eigen rol



15

Programma dag 3

- Vraagstellingstechnieken
- Wat wilt u weten ná de behoeftebepaling?
- Emotionele en rationele koopmotieven
- Op welke aanvullende vragen wilt u antwoord
- De behoeftebepaling



16

Programma dag 4

- Succesvol presenteren
- Producteigenschappen doorvertalen naar voordelen voor de klant
- Presenteren van de prijs
- Schriftelijk voorstel presenteren



17

Voorbeeldvragen (DAS-gedrag)

Dominant

- 1 Ik heb begrepen dat uw organisatie behoorlijk groot is. Hoeveel medewerkers heeft u?

2 ?

3 ?

Afstandelijk

- 1 Uit hoeveel medewerkers bestaat uw organisatie?

2 ?

3 ?

Sociaal

- 1 Met hoeveel medewerkers werkt u samen in dit pand?

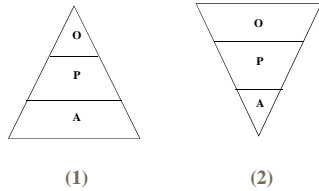
2 ?

3 ?



18

OPA

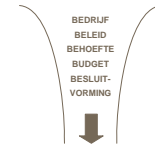


19

Behoeftebepaling

Doel

- Klantwensen gestructureerd inventariseren
- Verkoopkansen vergroten



20

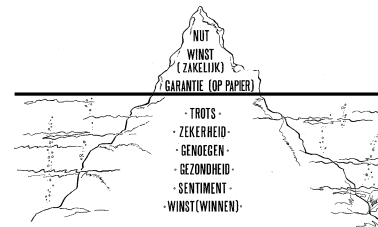
Actief luisteren

- Samenvatten
- Mee-hummen
- Oogcontact
- Notities maken
- Doorvragen



21

De Ijsberg



22

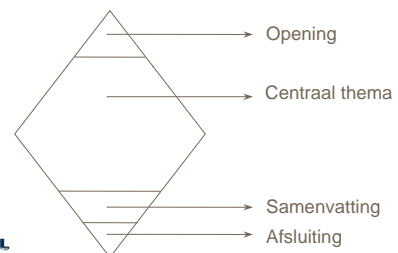
Wat beweegt uw klant?

- Wat is zijn *persoonlijke* lange-termijn-doelstelling?
- Wat zijn zijn emotionele behoeften?
- Door wie wordt hij beïnvloed?
- Welke concurrent spreekt hem het meest aan? En waarom?
- Waarom zou hij u nooit willen missen?
- Wat moet u doen om zijn stoutste verwachtingen te overtreffen?



23

De ruitstructuur



24

Prijspresentatie

- Sandwichen
- Verkleinen
- Verzachten
- Vergelijken



25

De klantgerichte offerte

- Ruitstructuur
- Persoonlijke opening
- U-vorm/doorvertalingen
- Verpak de prijs
- Actieve slotzin



26

Presentatie

Doel

Kooplust opwekken.

- Benut de ruitstructuur
- Doorvertalen:
 - Kenmerk: wat is het?
 - Voordeel: wat doet het?
 - Doorvertalen: wat doet het voor u?



27

Programma dag 5

- Herkennen van en inspelen op koopsignalen?
- Afsluiten van het verkoopgesprek
- Overwinnen van bezwaren



28

Programma dag 6

- Nazorg = voorzorg
- Opstellen van uw 5 x 4-actieplan
- Slim & succesvol de Verkoopberg beklimmen



29

Afsluiten

- Directe techniek
- Aannametechniek
- Balanstechniek
- Keuzetechniek
- IJsbergtechniek
- Ja-ritme
- Angsttechniek
- Bijzakentechniek



30

Bezwaren overwinnen

- 1 Stel het bezwaar vast
- 2 Toon begrip
- 3 Taxeer hardheid (doorvragen)
- 4 Weerleg het bezwaar
- 5 Sluit opnieuw af



31

Weerleggen van bezwaren

- Tegenvraag stellen
- Isoleren
- Voorwaardelijk instemmen
- Ontgiffen
- Ombuigen (nadeel wordt voordeel)



32

Belangrijkste stappen van klachtenopvang

- 1 Stoom afblazen
- 2 Meeleven/begrip tonen
- 3 Vragen stellen
- 4 Samenvatten
- 5 Actie/oplossing aanbieden
- 6 Check tevredenheid
- 7 Samenvatten en actie/oplossing
- 8 Positief afscheid



33

